

ESTILS

Les professions mòbils amb més futur

Un grup d'experts expliquen la formació, les habilitats i les tasques que demanen les professions emergents

NEREIDA CARRILLO
BARCELONA

Per a Albert Solana, Carme Garcia, Ramon Pavia i Alexandra Prats el mòbil no és només aquell aparell que porten a la butxaca on reben els *whatsapps* i consulten el correu electrònic. Per a ells és també el que els dona el pa. Tots quatre treballen en un sector que, en època de crisi, viu una efervescència. L'Institut Superior per al Desenvolupament d'Internet (ISDI) calcula que la tecnologia generarà l'any vinent a l'àrea de Barcelona com a mínim 10.000 llocs de treball, bona part dels quals relacionats amb el mòbil i el *big data*.

Què en sabem d'aquestes professions emergents? Quines habilitats i formació es necessiten? ¿Cal un perfil tècnic per dedicar-s'hi? Quins professionals d'altres disciplines en actiu o aturats poden aspirar a treballar-hi? L'ARA ha volgut recollir la història personal i les reflexions sobre la seva feina d'alguns professionals del sector *mobile*. El cicle de xerrades *Protagonistes del Mobile* que fins al 10 de desembre organitza Barcelona Activa també acosta històries com aquestes.

01

RAMON PAVIA
INVESTIGADOR I DOCENT
EN 'M-LEARNING'

Ramon Pavia és mestre, llicenciat en comunicació audiovisual i té un màster en ensenyament i aprenentatges en entorns digitals. Ara combina totes aquestes facetes per dedicar-se al *mobile learning* o l'*m-learning*, una tendència que implica espremer les possibilitats de la tecnologia mòbil en els processos d'aprenentatge a les escoles. "Hi ha una demanda dels centres educatius i de la societat per introduir-ho, però ben bé no hi ha una definició de què significa, què pot aportar", reflexiona Pavia.

Per aquest docent, l'*m-learning*, a part de ser "un negoci" per als fa-

bricants de tauletes o les editorials, implica tres fronts: les aplicacions, els dispositius i les metodologies d'aprenentatge. Pavia puntualitza que l'*m-learning* no es limita a comprar i repartir tauletes a classe o baixar-se una apli amb l'etiqueta d'"educativa" de l'Apple Store. Cal anar més enllà: "El que els costa més d'entendre als professors -reflexiona Pavia- és que l'*m-learning* no es redueix al fet que el nen pugui treballar de manera autònoma amb un dispositiu i que l'aprenentatge no s'acabi amb una apli".

Pavia assegura que cal formar els professors perquè innovin en les seves classes a partir dels dispositius mòbils. Per això, bona part de la seva feina, que ara desenvolupa al servei TAC del departament d'Ensenyament de la Generalitat, la destina a això, a fer cursos per a mestres sobre l'*m-learning*. A més, escombra la xarxa per detectar les novetats en aplicacions educatives i estar contínuament al dia. I tot va començar per curiositat i quan,



Tendència
La tecnologia generarà l'any vinent uns 10.000 llocs de treball a Barcelona

Oportunitat
El mòbil aplicat a l'educació i la cultura són dos sectors en auge

després de la seva jornada laboral com a mestre, es dedicava a regirar la xarxa per aprendre sobre aquesta tendència.

En els cursos que imparteix, aquest mestre ajuda els docents a descobrir com poden integrar les aplis en l'aprenentatge. "Amb les càmeres dels mòbils, el GPS i els mapes tens un potencial increïble", assegura Pavia. Entre les aplis que recomana per introduir a l'aula hi ha Big Day, per organitzar les rutines dels més petits; Educreations, per crear unitats didàctiques en suport audiovisual, i Tiny Tap, per crear jocs educatius. Pavia insisteix que darrere de les aplicacions educatives hi ha d'haver mestres i psicopedagogs i que s'ha de treballar en equip. "Hem d'arribar a aconseguir que hi hagi sinèrgies -afegeix Pavia-, que les institucions educatives, el món de l'empresa i els fabricants no tirin cadascú cap al seu costat, sinó que facin que aquest engranatge funcioni i que ningú es quedi fora del pastís dels avantatges de l'*m-learning*".

02

CARME GARCIA I ALEXANDRA PRATS
EXPERTES EN 'M-CULTURA'
A MKT CULTURAL

Carme Garcia i Alexandra Prats combinen una passió que els ve de lluny, l'entusiasme per la cultura i la comunicació, amb un mercat en ascens des de fa poc, el del mòbil. Fa uns anys van fundar el segell MKT Cultural i es dediquen a assessorar en comunicació museus i altres entitats. Un dels seus productes estrella són les aplicacions de mòbil. Prats reconeix que al principi l'empresa no estava orientada a aquest sector, però van decidir abocar-s'hi en veure que "hi havia una demanda important" i podien oferir "un valor diferenciador".

Sobre la seva formació, Prats explica: "No tinc un perfil tecnològic, però sempre he tingut molta curiositat i facilitat". Ella ha estudiat humanitats, història de l'art i l'Àsia oriental, i la seva soci-



QUATRE EXPERIÈNCIES
D'esquerra a dreta, Alexandra Prats, Carme Garcia, Albert Solana i Ramon Pavia. C. CALDERER

arqueologia. Les dues aporten la part més comunicativa a un equip que sí que compta amb perfils tècnics: un programador i una dissenyadora. Com es plantegen tots plegats una aplicació per a mòbils i tauletes? "Es parteix sempre dels continguts. I, a partir d'aquí, busquem les eines que poden ser més adequades per al nostre propòsit", explica Garcia.

Les dues sòcies de MKT Cultural enumeren alguns dels avantatges que les aplicacions de mòbil aporten als museus: converteixen les visites en una experiència interactiva i divertida, afavoreixen la difusió de material guardat i permeten adaptar la visita a públics d'edats i llengües diferents, entre d'altres. "He treballat en molts museus -explica Prats- i abans, si volia donar una informació de l'obra en diferents idiomes, havia d'empaperar tota la paret". Afegeix que amb les aplis no cal "tocar l'entorn".



GETTY IMAGES



Últimament han impulsat aplicacions com ara Ruta 1714 per a la Generalitat de Catalunya o una aplicació per al Macba. Entre altres tècniques treballen la realitat augmentada, és a dir, un sistema en què, quan el mòbil enfoca i detecta l'obra d'art, obre els continguts relacionats. Garcia destaca que una aptitud que s'aprecia molt en els aspirants a treballar en el món mòbil és la creativitat: "El que pretenem és que les aplicacions no siguin una rèplica de la web o del que ja s'està fent per altres vies. Tot ha de ser nou i creatiu. S'han de pensar coses noves".

03

ALBERT SOLANA

CONSULTOR A ROCASALVATELLA
I EXPERT EN 'BIG DATA MOBILE'

Des de fa dos anys Albert Solana treballa com a consultor d'estratègia digital a RocaSalvatella i és expert en *big data mobile*, uns conceptes que vol aclarir: "Més que de *big data* m'agrada parlar de gestió de dades". I avisa que no s'ha d'associar *mòbil* només amb els telèfons intel·ligents: "*Mòbil* són tots els fluxos de dades que estiguin en itinerància", també els *wearables* o els sensors de les ciutats intel·ligents. Esvaïts els dubtes, explica en què consisteix la seva feina: es tracta d'ajudar les empreses a gestionar aquests fluxos d'informació per millorar el seu negoci. "Les empreses han tingut dades tota la vida", afirma Solana, i afegeix que la gran diferència és que ara la informació es genera "en mobilitat i en temps real".

Així, per exemple, la seva feina es pot concretar a ajudar un banc a

dissenyar un sistema que permeti que un client que és fora del país i que ha perdut la targeta bancària pugui treure diners d'un caixer gràcies a la geolocalització i altres eines del seu mòbil. O, per exemple, s'ocupa també d'aconsejar una petita empresa d'alimentació que el millor moment per enviar una oferta per internet és al migdia, quan el client surt de treballar i de camí a casa veu la promoció i passa pel supermercat que té en el trajecte per adquirir-la.

Solana ha estudiat informàtica, administració d'empreses i humanitats. Considera que totes tres disciplines li aporten una perspectiva valuosa i complementària per a la seva feina. "La part humana és igual d'important o més, perquè és la part en què té sentit aquesta tecnologia", afirma aquest professional. Respecte al sector mòbil, aconsella una formació constant i autodidacta: "El coneixement flueix al voltant nostre". Per això, recomana a tots aquells que s'hi vulguin dedicar "monitoritzar la xarxa", és a dir, seguir blogs i comptes de Twitter de persones de referència i informes de grans consultories.

Per aquest consultor i informàtic el *big data mobile* té un gran potencial, ja que, assegura, ara mateix "les empreses utilitzen el 10% de les dades que gestionen per prendre decisions". Per això, caldran professionals amb visió social i de negoci que les ajudin a ampliar aquest marge, però també experts en altres matèries com ara arquitectes que hi tinguin de sensors o advocats que hauran de dirimir els conflictes que es puguin produir per la propietat de les dades generades pels mòbils i els *wearables*. —